

Generation XX, le podcast qui parle aux femmes entrepreneures (mais pas que)

Créé en 2016, Génération XX est un podcast qui met en avant des projets portés par des femmes, qu'ils soient artistiques ou entrepreneuriaux. Du premier épisode au lancement d'un site de e-commerce, Siham Jibril revient sur ces deux années qui ont fait d'elle une entrepreneure et une journaliste engagée pour donner la parole aux femmes.

Temps de lecture : minute

14 novembre 2018

Apparu en 2004 aux Etats-Unis, le podcast, contraction de "Ipod" et "broadcasting" (diffusion en anglais) est en train de vivre ses heures de gloire. Louie Media, Binge, Nouvelles Ecoutes, BoxSons... Les studios de production spécialisés se multiplient, et il ne se passe pas une semaine sans qu'une nouvelle série d'épisodes voit le jour. Mais quand Siham Jibril se lance dans cette aventure en 2016, on est loin de l'engouement actuel. À l'époque, la jeune femme est sur le point de s'associer pour monter son entreprise : alors qu'elle est en quête de conseils et bonnes pratiques via des retours d'expériences d'entrepreneures, elle découvre les podcasts américains - une révélation.

" Je trouvais ça fascinant de pouvoir raconter son parcours avec ses propres mots sur un temps long, c'était comme de prendre un café avec quelqu'un, se souvient Siham Jibril. Ça m'a énormément appris, donc je me suis dit pourquoi pas lancer la même chose en France. " La jeune femme, tout juste diplômée de l'EMLyon, n'a aucune expérience dans le domaine, mais qu'à cela ne tienne : en juin, elle se fait prêter un micro,

dresse la liste de ses futures intervenantes, et se lance, sans filet. *“Au début c’était juste un projet à côté, je ne savais pas ce que ça allait donner”*. Six mois plus tard, le premier épisode de Génération XX voit le jour, *“le temps de bien préparer le projet et d’avoir un peu de stock”* pour en sortir un toutes les deux semaines.

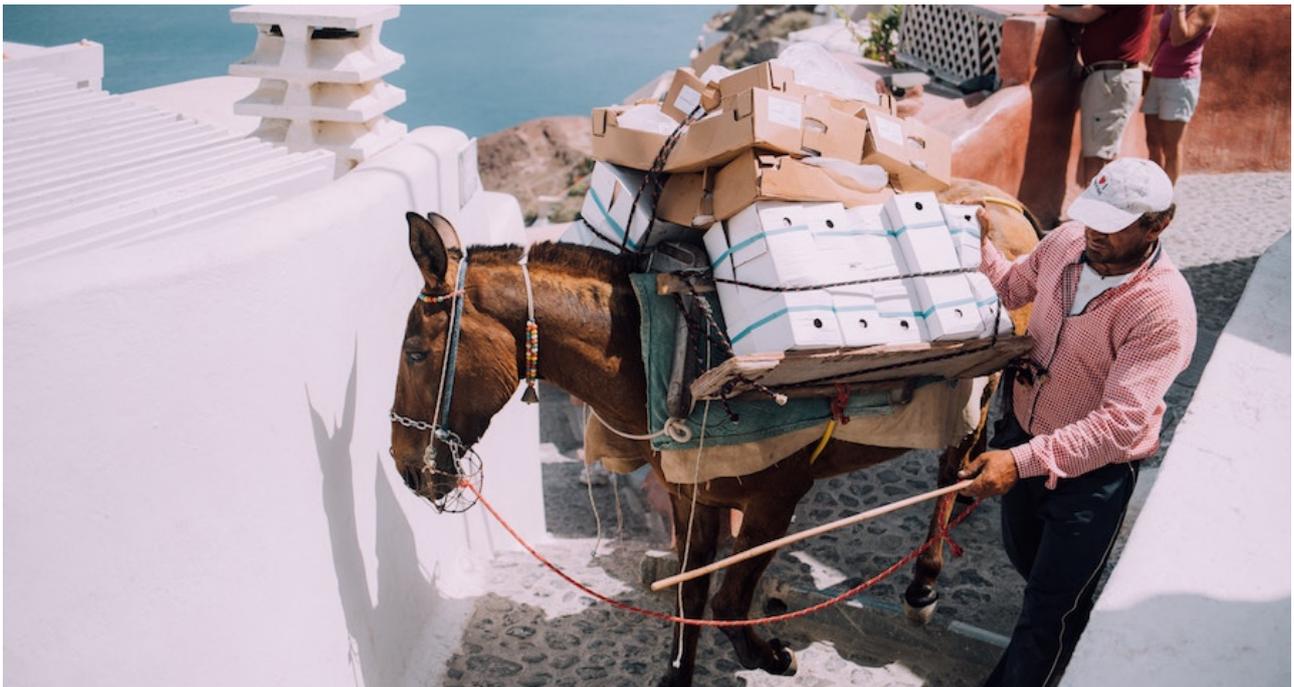
De podcast à média, une stratégie de diversification à éprouver

Deux fois par mois, elle interroge donc une femme entrepreneure sur son parcours, son projet, ses ambitions et ses peurs. Et pour choisir ses invitées, l’intervieweuse autodidacte se laisse aussi le loisir de fonctionner au *“coup de coeur”* : *“Il y les femmes que je découvre en conférence ou que l’on me recommande, et aussi celles qui sont volontaires pour venir parler au micro de Génération XX. Leur point commun c’est souvent le numérique, elles s’adressent au consommateur via un produit ou un service en ligne. Je ne sais pas si c’est spécifique aux femmes mais c’est clairement lié à la disponibilité des outils et à la facilité avec laquelle on peut monter un site ou une place de marché.”*

De cela, Siham Jibril en sait quelque chose. Complètement autodidacte, elle ne s’est pas contenté de créer un podcast *“from scratch”*, mais a aussi monté son propre e-shop à l’occasion d’une collaboration avec la marque PATiNE. *“J’avais tout fait moi-même, du plugin shopify sur mon site au paiement via Strike. Mais pour l’expédition je devais d’abord acheter un affranchissement en bureau de poste puis revenir chez moi pour préparer mon paquet!”* Autre difficulté : l’entrepreneure ne peut bénéficier des tarifs préférentiels sur les envois à l’étranger, particulièrement onéreux car ses volumes ne sont pas assez importants, *“Pourtant je devais expédier des t-shirts aux États-Unis et à Hong-Kong, ce qui m’aurait coûté 3 fois le prix du t-shirt !”* À force d’arrangements, elle finit par honorer ses livraisons, non sans mal.

“Quand on fait du e-commerce, on a besoin d’avoir une solution adaptée à nos besoins, pas trop cher pour justement pouvoir se développer, sinon c’est contre-productif. Et je sais que c’était une problématique que rencontraient aussi les femmes du e-commerce dans ma communauté. C’est d’ailleurs comme ça que j’ai entendu parler de Delivengo easy”, raconte-elle.

Ce service de La Poste se positionne comme une solution adaptée aux petits commerçants, des envois suivis à partir de 6 petits euros pour des envois vers l’Europe ou le Monde . Grâce à l’interface en ligne, les commerçants peuvent préparer leurs étiquettes de transport, éditer leurs bordereaux de dépôt, et suivre leurs plis et statistiques d’envois en ligne. De quoi convaincre Siham Jibril de retenter l’expérience du e-commerce ?



À lire aussi

Livraison : la course à l'échalote

“C’est une des pistes que j’explore pour me diversifier oui, tout comme l’abonnement”. Car pour l’instant, le business model de Génération XX repose sur le sponsoring et la production de contenus en marque blanche.

Et si le podcast devrait bientôt franchir la barre des 2 millions de téléchargements, Siham Jibril ne compte pas s'arrêter là : *“Le but c'est de devenir un vrai média, de fédérer cette communauté que j'ai construite pour faire quelque chose d'encore plus grand”* conclut-elle. Et pour cela, Génération XX peut compter sur son positionnement unique, grâce à un sujet qui ne cesse de faire parler de lui.

L'entrepreneuriat, une histoire de démarche

Depuis quelques années, les femmes entrepreneures sont en effet au centre de l'attention. Il faut dire qu'elles rencontrent encore plus de difficultés que leurs homologues, que ce soit pour le financement ou le développement. Mais si Génération XX a vocation à parler d'entrepreneuriat, Siham Jibril tient à ne pas réduire ce terme à son acception la plus “tech” : *“J'ai voulu prendre le terme “entreprendre” au sens large de monter un projet, qu'il soit associatif, artistique ou entrepreneurial. Ce qui m'intéresse c'est la démarche plus que le business plan : pourquoi elles ont pris la décision de se lancer et comment elles l'ont fait ; voilà les questions auxquelles je voulais répondre”*, détaille la journaliste autodidacte.

Pour cela, elle n'hésite pas à mélanger les parcours, les profils et les générations. Parmi les entrepreneures interviewées, on trouve pêle-mêle une pâtissière (Shanty Baehrel, Shanty Biscuits), une restauratrice (Emma Sawko, Wild and The Moon), une joaillière (Pauline Laigneau, Gemmyo), une médecin (Francine Leca, Mécénat Chirurgie Cardiaque)... *“On nous fait croire qu'il n'y a qu'un modèle mais en vrai il y a pleins de définitions du succès et de l'échec. Le but c'est vraiment de montrer que c'est à chacun de trouver son chemin, de s'inspirer du parcours des autres pour définir ce que ces grands mots que sont l'ambition et la réussite veulent dire pour soi.”*

Relire : Être une femme, encore un obstacle à l'entrepreneuriat ?



À lire aussi

Être une femme, encore un obstacle à l'entrepreneuriat ?

Si Génération XX est un podcast qui parle d'entrepreneuriat au féminin, c'est avant tout car c'est à ces femmes que s'identifient Siham Jibril lorsqu'elle cherche des conseils pour se lancer. Pour autant, la vision qu'on lui propose alors ne lui convient pas : *"C'était trop manichéen : d'un côté la wonder woman qui cumule et réussit tout - avec le sentiment qu'on ne fera jamais aussi bien - et de l'autre la victime, avec toutes les difficultés rencontrées par les femmes qui racontent certes une réalité mais ne donnent pas plus d'espoir."*

Mais loin d'elle l'idée de toujours ramener l'invitée à son statut de femme entrepreneure, ni de s'adresser uniquement à des créatrices d'entreprises : Siham Jibril ne veut pas s'enfermer dans une case, persuadée que le message de Génération XX dépasse les frontières de l'entrepreneuriat. Rapport à l'échec et à l'ego, peur de se lancer, accepter de s'entendre

dire non... *“Les réponses que l’on apporte peuvent servir à tout le monde et permettent de s’ouvrir sur d’autres domaines. Le but n’est pas de promouvoir l’entrepreneuriat féminin à tout prix, ni de dire que tout le monde doit quitter son emploi pour monter son entreprise. D’ailleurs je n’utilise jamais le terme “entrepreneuriat féminin” parce que cela induit l’existence d’un entrepreneuriat au masculin, or ce n’est pas le cas.”*

Maddyness, partenariat média de Delivengo.

Article écrit par Maddyness, avec Delivengo